

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era sekarang ini, pasar modal menjadi salah satu primadona bagi perekonomian karena pasar modal merupakan sumber alternatif bagi perusahaan yang ingin memperluas usahanya dan membutuhkan dana tambahan. Pasar modal memiliki dua fungsi yang dapat dijalankan sekaligus, yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Fungsi ekonomi merupakan pertemuan antara pihak yang membutuhkan dana dan pihak yang memiliki dana lebih untuk diinvestasikan kepada pihak yang membutuhkan dana, sedangkan fungsi keuangan adalah kesempatan bagi pihak yang memiliki dana lebih untuk mendapatkan imbalan dari dana yang diinvestasikan (Jogiyanto, 2009:10). Pihak yang memiliki dana lebih (investor) membutuhkan informasi mengenai perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusannya. Informasi yang dibutuhkan oleh investor dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan.

Laporan keuangan yang disajikan kepada investor harus relevan dan dapat dipertanggungjawabkan oleh perusahaan (Delvira dan Nelvirita, 2013). Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Ikatan Akuntan Indonesia, 2015), laporan keuangan merupakan salah satu tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* terutama investor atas penggunaan sumber daya yang

dipercayakan. Informasi dalam laporan keuangan harus dilaporkan secara terbuka, akurat, dan tepat waktu. Keterbukaan laporan keuangan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang berkualitas bagi investor. Salah satu informasi dalam laporan keuangan yang dapat memberikan informasi berkualitas adalah informasi mengenai laba. Laba merupakan salah satu indikator penting yang menggambarkan kinerja keuangan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya dan dapat membantu manajemen dalam memperkirakan laba dimasa yang akan datang (Delvira dan Nelvirita, 2013). Laba yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon laba tersebut dengan menginvestasikan dananya dan mengharapkan adanya *return*.

Informasi laba dapat menjadi sinyal yang disampaikan oleh perusahaan kepada investor sebagai salah satu dasar pertimbangan pengambilan keputusan. Informasi laba dikatakan efisien jika informasi tersebut dapat dilihat secara penuh dan mengakibatkan reaksi pasar terhadap laba yang diumumkan. Reaksi pasar tersebut dapat dilihat dari *Earning Response Coefficients* (ERC). ERC merupakan suatu respon *abnormal return* terhadap laba ekspektasi pada saat pengumuman (Pradipta dan Purwaningsih, 2012). *Abnormal return* mengukur besarnya reaksi pasar antara *return* sesungguhnya dan *return* yang diharapkan (Jogiyanto, 2009:335). Jika *return* yang diharapkan lebih kecil daripada *return* yang sesungguhnya, maka *abnormal return* akan positif. ERC rendah menunjukkan bahwa laba kurang informatif sehingga kurang

direspon investor pada saat pengumuman. Namun pada kenyataannya, informasi laba yang ada terkadang cenderung menjadi bias, hal ini disebabkan penyampaian informasi laporan keuangan tidak tepat waktu dan tidak akurat (Pranowo dan Pasaribu, 2013).

Untuk mengurangi informasi laba yang bias, maka diperlukan informasi yang dapat membantu investor yaitu salah satunya berupa informasi mengenai *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) (Pranowo dan Pasaribu, 2013). Konsep CSR muncul karena banyaknya respon negatif yang terjadi karena kurangnya perhatian perusahaan dalam menjalankan aktivitas sosialnya, sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan dan sosial. Dalam situasi seperti ini, perusahaan harus dapat mengembalikan kepercayaan masyarakat agar kelangsungan usahanya dapat tetap berjalan. Konsep CSR menekankan pada kepedulian dan kepekaan perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Oleh karena itu, CSR merupakan komitmen suatu perusahaan yang wajib dilakukan dengan mengintegrasikan setiap aktivitas suatu organisasi terhadap dampak lingkungan dan sosial sehingga dapat bermanfaat bagi lingkungan sekitar (Pradipta dan Purwaningsih, 2012).

Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan dapat menjalankan usahanya dengan tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan (Lestari, 2014). Hal ini dikarenakan banyak perusahaan yang hanya mengejar laba tanpa memperhatikan lingkungan serta menuntut agar dapat menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi dan keuntungan, sosial, dan lingkungan (*triple*

*bottom-line performance*). Arti dari ketiga pencapaian kinerja tersebut adalah perusahaan boleh berorientasi untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), namun perusahaan tidak boleh melupakan kepedulian terhadap masyarakat (*people*) sekitar perusahaan beroperasi, serta harus menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Pradipta dan Purwaningsih, 2012). Kesadaran atas tanggung jawab sosial perusahaandi Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 ayat (3) yang berisi “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen suatu perusahaan dalam menjalankan usaha berkelanjutan untuk dapat berguna meningkatkan kualitas hidup yang bermanfaat baik bagi lingkungan sekitar maupun bagi hidup usahanya sendiri”.

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan perlu diungkapkan agar diketahui oleh *stakeholder*. Hal ini telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 4 tahun 2015 mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang menyatakan bahwa perusahaan wajib mengungkapkan informasi CSR pada laporan tahunan perusahaan yang disampaikan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Namun pada kenyataannya, banyak perusahaan belum melaporkan CSR secara lengkap dalam laporan tahunannya. Hal ini disebabkan karena pengungkapan CSR masih merupakan tanggung jawab dari manajemen perusahaan dan keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Nadiyah, 2013). Pernyataan ini didukung dengan penelitian Fairuzza (2011) yang menyatakan bahwa 60% dari 139

perusahaan manufaktur yang sudah menyajikan informasi CSR dalam laporan tahunannya, tetapi pengungkapannya masih rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya kesadaran perusahaan akan pengungkapan CSR, serta tidak adanya sanksi dari pemerintah apabila perusahaan tidak melakukan pengungkapan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nadiah (2013) yang juga membuktikan bahwa pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur masih rendah sekitar 24% dari 124 perusahaan manufaktur yang sudah mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunannya, tetapi pengungkapannya masih rendah. Rendahnya Pengungkapan CSR karena masih dianggap sebagai pengeluaran biaya dan tidak memberikan kontribusi apapun dalam keuangan jangka pendek. Selain itu, manajemen perusahaan sering memiliki banyak informasi mengenai perusahaan daripada *stakeholder*, hal ini dapat menyebabkan adanya tindakan-tindakan yang sesuai dengan kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraannya. Sedangkan *stakeholder* akan mengalami kesulitan dalam mengontrol tindakan manajemen secara efektif apabila informasi yang dimiliki hanya sedikit (Ummah, 2012), sehingga akan menimbulkan konflik yang dapat mempengaruhi kualitas laba yang diumumkan.

Padahal, apabila pengungkapan CSR dilakukan dalam laporan tahunan perusahaan, maka akan memberikan keuntungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam hal keuangan serta dapat menghasilkan citra yang baik di masa mendatang sehingga perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari investor

dan masyarakat. Penelitian Pradipta dan Purwaningsih (2012) juga membuktikan bahwa informasi CSR dapat menjadi bahan pertimbangan keputusan bagi investor. Semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan, maka membuat respon investor terhadap laba menjadi turun. Hal ini disebabkan adanya ketidakpastian dari informasi laba yang mempengaruhi menurunnya respon investor terhadap laba pada saat tanggal pengumuman. Investor lebih mempertimbangkan informasi CSR karena informasi CSR menyajikan lebih akurat daripada informasi laba. Penelitian Pradipta dan Purwaningsih (2012) sejalan dengan penelitian Pranowo dan Pasaribu (2013) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap ERC karena perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk menghindari risiko yang dapat menghambat informasi tidak direspon oleh investor (Delvira dan Nelvirita, 2013).

Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Perusahaan manufaktur sangat rentan terhadap masalah sosial dan lingkungan, serta mempunyai kontribusi yang besar terhadap masalah limbah dan keamanan produk dibandingkan dengan perusahaan lainnya, sehingga pengungkapan CSR diharapkan dapat memberikan solusi terhadap masalah yang diakibatkan oleh kelalaian perusahaan yang dapat menyebabkan respon investor terhadap laba menjadi turun (Pradipta dan Purwaningsih, 2012). Periode penelitian mulai tahun

2013 hingga tahun 2015 merupakan tahun yang terbaru sehingga hasil penelitian lebih relevan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian adalah: “Apakah *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap *Earning Response Coefficients* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficients* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktik
  - a. Sebagai masukan bagi investor mengenai pengaruh CSR *Disclosure* terhadap ERC sehingga dapat berinvestasi dengan tepat dan memperoleh *return* yang maksimal.

- b. Sebagai masukan bagi manajemen perusahaan mengenai pentingnya *CSR Disclosure* dalam laporan keuangan, karena akan direspon oleh investor.
2. Manfaat Akademik

Sebagai acuan atau pembandingan bagi peneliti berikutnya dengan topik sejenis yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap *Earning Responses Coefficients* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu; landasan teori mengenai teori keagenan, teori sinyal, teori efisiensi pasar, *Earning Response Coefficients*, dan *Corporate Sosial Responsibility Disclosure*; pengembangan hipotesis; dan model analisis.



### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi desain penelitian; identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel; jenis dan sumber data; metode pengumpulan data; populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel; serta teknik analisis data.

### **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Bab ini memuat simpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran-saran bagi penelitian selanjutnya.